



Erfahrungsaustausch Zertifizierte/r Social Media Manager:in ADG

Buchungsnummer
ST23-01313

Diese Veranstaltung richtet sich an:
Zertifizierte Social Media Manager:innen aus den Jahrgängen 2014 bis 2021

Seit vielen Jahren bildet die
ADG zusammen mit Lars
Bossemer"r Zertifizierung
zur/zum Social Media
Manager:in Experten aus, die
am Puls der Zeit sind und die
sozialen Netzwerke nutzen,"r
Unternehmen und ihre

Produkte

zielgruppengerecht"atziehen,
auf sich aufmerksam"chen und
darüber Reichweite"nerieren.

Nutzen Sie unseren neuen
Erfahrungsaustausch,"ch"esem
Thema noch stärker"rnetzen
und die aktuellen
Anforderungen und
Bedürfnisse"nnen und"cken.

Veranstaltungsart

Workshop

Dauer (in Tagen)

2

Termin

03.07.2023 - 04.07.2023

Zu erreichender Abschluss

Teilnahmebescheinigung

Preis

1.250,00 €

Aktions- und Gutscheincodes werden in den Bestellprozess berücksichtigt.

Beschreibung

Nutzen Sie unseren moderierten Erfahrungsaustausch, um Ihre Social Media-Strategie auf den Prüfstand zu stellen!

Was ist seit Ihrer Ausbildung zur/zum Social Media Manager:in geschehen? Welche Herausforderungen wurden gemeistert, welche Learnings gibt es?

Raum und Zeit zum Netzwerken wird ebenso geben wie das Lernen von neuen Themen und Anforderungen, die sich aus der Arbeit und um Soziale Netzwerke ergeben.

Profitieren Sie durch den Mix aus Austausch und Wissens-Update!

Inhalte

TAG 1

NETZWERKEN

Moderierter Erfahrungsaustausch bei der Umsetzung der jeweiligen Social Media Strategie

- Wie ist der aktuelle Status Quo?
- Welche Herausforderungen wurden gemeistert und welche Learnings gibt es?
- Wie werden Ziele gesetzt, gemessen und berichtet?
- Welche Auswirkungen haben Fusionen auf die Social Media Strategie?
- Wie werden Trends und weitere relevante Kanäle evaluiert, bewertet und integriert?
- Wie ist der Rückhalt der Leitungsebene und des Vorstands und wie kann intensiviert werden?
- Wie können Mitarbeiter der Bank für Social Media begeistert werden?

Analyse der jeweiligen Social Media Aktivitäten mit Diskussion der unmittelbaren Optimierungspotenziale

WEITERBILDEN

Unterstützung von KI im Content Creation Process

Betrachtung aktueller und etablierter Trends und deren Potenziale und Risiken wie

- Facebook Stories und Reels
- Instagram
- TikTok
- LinkedIn

TAG 2

DAS VORHANDENE WEITERENTWICKELN

Analyse der vorhandenen strategischen Basis nach der P.O.S.T.-Methode

von Li und Bernoff

(P) People - Welche Zielgruppen will ich ansprechen

(O) Objectives - Bestimmung messbarer Ziele

(S) Strategie - Content- und Community Strategie

(T) Technologie - Welche Kanäle sind relevant

OPTIMIERUNGEN IN DIE ARBEIT EINFLIEßEN LASSEN

Welche Anpassungen müssen auf Basis des Erfahrungsaustauschs"r Strategie und der Organisation vorgenommen werden?

Nutzen

Dozenten

Lars Bossemeyer

Dipl. Oek. Lars Bossemeyer ist seit 2009 Inhaber der Social Media Agentur Y-SiTE. Er betreut mit seinen 30 Mitarbeiter:innen die Social Media-Aktivitäten von über 100 Unternehmen. Zudem ist Lars Bossemeyer seit mehr als 10 Jahren als Social Media-Trainer tätig.